

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Surat Pernyataan Keaslian Tesis.....	ii
Pengesahaan Tesis .....	iii
Motto/ Persembahan .....	iv
Abstract .....	v
Abstraksi .....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar .....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Daftar Rumus.....	xvii

### **BAB I        PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan dan Manfaat .....	7
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	7
1.3.2. Manfaat Penelitian .....	7
1.3.2.1. Manfaat Teoritis .....	7
1.3.2.2. Manfaat Praktis.....	8

### **BAB II        TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL**

2.1. Konsep-konsep rujukan.....	9
2.1.1. Hubungan perhatian manajer dengan orientasi pasar.....	9
2.1.2. Hubungan keeratan hubungan antar bagian	

	dengan orientasi pasar .....	11
2.1.3.	Hubungan orientasi pasar dengan inovasi produk .....	12
2.1.4.	Hubungan inovasi produk dengan kinerja pemasaran.....	12
2.2.	Orientasi Pasar .....	14
2.3.	Perhatian Manajer .....	17
2.4.	Keeratan Hubungan Antar Bagian.....	21
2.5.	Inovasi Produk.....	25
2.6.	Kinerja Pemasaran .....	27
2.7.	Kerangka Pikir Teoritis .....	30
2.8.	Hipotesis.....	31
2.9.	Dimensionalisasi Variabel .....	31
2.9.1.	Perhatian Manajer .....	31
2.9.2.	Keeratan Hubungan Antar Bagian .....	32
2.9.3.	Orientasi Pasar .....	33
2.9.4.	Inovasi Produk .....	34
2.9.5.	Kinerja Pemasaran .....	34

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1.	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.2.	Populasi dan Sampel .....	36
3.2.1.	Populasi .....	36
3.2.2.	Sampel .....	37
3.3.	Metode Pengumpulan Data .....	38
3.4.	teknik Analisis Data.....	40

### **BAB V ANALISIS DATA**

4.1.	Deskripsi Variabel .....	52
4.1.1.	Perhatian Manajer .....	53
4.1.2.	Keeratan Hubungan Antar Bagian .....	55

4.1.3.	Orientasi Pasar .....	56
4.1.4.	Inovasi Produk .....	57
4.1.5.	Kinerja Pemasaran .....	58
4.2.	Proses Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian .....	59
5.2.1.	Langkah 1: Pengembangan Model berdasarkan teori .....	59
5.2.2.	Langkah 2 : Menyusun Diagram Alur ( <i>Path Diagram</i> ).....	60
5.2.3.	Langkah 3 : Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan ...	60
5.2.4.	Langkah 4 : Memilih Matriks Input dan Teknik Estimasi ....	60
4.2.4.1.	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen...	62
4.2.4.2.	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen ..	64
4.2.4.3.	Analisis Structural Equation Model.....	67
5.2.5.	Langkah 5 : Menilai Problem Identifikasi.....	70
5.2.6.	Langkah 6 : Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	70
4.2.6.1.	Evaluasi Univariate Outlier .....	70
4.2.6.2.	Evaluasi Multivariate Outlier .....	72
4.2.6.3.	Uji Normalitas Data .....	72
4.2.6.4.	Evaluasi atas Multikolinearitas dan Singularitas....	73
4.2.6.5.	Uji Kesesuaian dan Uji Statistik.....	74
4.2.6.6.	Uji Reliability dan Variance Extract.....	75
5.2.7.	Langkah 7 : Interpretasi dan Modifikasi Model .....	77
4.3.	Pengujian Hipotesis Penelitian .....	79

## **BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN**

5.1.	Ringkasan Penelitian.....	81
5.2.	Kesimpulan Pengujian Hipotesis Penelitian .....	83
5.2.1.	Hubungan Variabel Perhatian Manajer dengan Orientasi Pasar .....	83
5.2.2.	Hubungan Variabel Keeretan Hubungan antar Bagian dengan Orientasi Pasar .....	84

5.2.3. Hubungan Variabel Orientasi Pasar dengan Inovasi Produk .....	84
5.2.4. Hubungan Variabel Inovasi Produk dengan Kinerja Pemasaran .....	85
5.3. Kesimpulan dari Masalah Penelitian .....	86
5.4. Implikasi Teoritis.....	88
5.5. Implikasi Manajerial .....	90
5.6. Keterbatasan Penelitian.....	92
5.7. Agenda Penelitian Mendatang.....	92

**Daftar Referensi**

**Lampiran-lampiran**

**Daftar Riwayat Hidup**